图书情报工作
第63卷 第3期　2019年2月

新公共治理视角下公共文化服务供需关系的三重建构*

淳于淼泠[1]　李春燕[2]　兰庆庆[2]
[1] 长江师范学院地方政府治理研究中心　重庆 408100　[2] 西南政法大学政治与公共管理学院　重庆 401120

摘要：［**目的/意义**］公共文化服务在供需上客观存在着多重关系，理顺并优化这些关系可以提升公共文化服务的供需有效性。［**方法/过程**］运用新公共治理理论并结合我国公共文化服务建设实践，对公共文化服务供需关系进行三重建构，即供需主体关系、价值关系和对接关系的建构。［**结果/结论**］供需关系的三重建构，主要功能是优化公共文化服务，结构关系是分层递进，内在逻辑是服务主导逻辑，基本主线是共同治理。

关键词：公共文化服务　供需关系　三重建构　新公共治理
分类号：G240
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2019.03.005

满足公众文化需求是公共文化服务的出发点与最终目的。2015年1月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》，提出建构公共文化服务体系要以满足人民群众基本公共文化需求为目标。2016年12月通过的《中华人民共和国公共文化服务保障法》也以立法形式规定，公共文化服务以满足公民基本文化需求为主要目的。然而在公共文化服务实践中，尤其是在一些公共文化服务项目建设中，供需不平衡，甚至供需脱节的现象仍然存在，且成为影响公共文化服务有效性的症结所在。对此，本文基于新公共治理的研究视角，探讨公共文化服务供需的主体、价值、对接关系的重构，并希望以此促进公共文化服务的有效性，进而为我国现代公共文化服务体系的建设完善理论依据。

1　理论渊源与研究现状

1.1　新公共治理理论

公共文化服务供需关系的讨论需要一个好的研究视角，新公共治理是目前国内外最新、最契合公共文化服务的理论视角。新公共治理（the new public governance）一词由英国爱丁堡大学教授史蒂芬·奥斯本（S. P. Osborne）在2006年首先正式提出。作为21世纪初建立起来的一种全新的公共管理范式，新公共治理已在全球范围内被视为理解、评估以及指导未来公共服务提供的重要理论构想和行动指南。

奥斯本将新公共治理视作超越传统公共行政和新公共管理来理解公共政策实施与公共服务提供的第三种“体制”（regimes），因为新公共治理抓住了21世纪国家在一个多组织和多元的复杂性中进行公共政策执行和公共服务提供的现实[1]。新公共治理的理论核心是公共服务供给的“服务主导逻辑（public service-dominant logic，PSDL）”，它强调服务的无形性、生产与消费发生的同步性以及服务使用者也是服务的共同生产者（co-producer）的特征。其中，共同生产的理念创造性地将服务使用者视为服务提供者，通过角色的转变改变了服务的本质。这不仅是新公共治理视角下公共服务供给的显著特征，也是实现新公共治理的一种具化路径。

1.2　国内相关研究综述

目前国内学者对公共文化服务主要形成了有关供给和需求两条线的研究。在需求方面的研究主要集中在需求调查、需求表达、需求反馈、需求差异等方面；在供给方面，则在供给水平、供给模式、供给机制、供给效率等方面积累了不少成果。而对供、需求相结合的研究，大多是基于供需的耦合和契合度的分析，探讨公共文化服务的有效性。如徐双敏、宋元武[2]通过实证研

* 本文系国家社会科学基金重大项目“公共文化服务的指标体系构建与绩效评估研究”（项目编号：12&ZD020）和2015年国家科技支撑计划“公共文化科技服务能力建设与绩效评估技术研究与示范”（项目编号：2015BAK26B00）研究成果之一。
作者简介：淳于淼泠（ORCID：0000－0002－5794－7508），教授，博士，硕士生导师，E-mail：1306380657@qq.com；李春燕（ORCID：0000－0002－2278－0330），硕士研究生；兰庆庆（ORCID：0000－0001－9167－8658），讲师，博士。
收稿日期：2018－06－09　修回日期：2018－08－10　本文起止页码：38－44　本文责任编辑：易飞

究认为“农村公共文化服务的供给和需求存在一定程度的非契合状况。”翁列恩等[3]构建了社区公共文化服务供需匹配的模型,从供需匹配的角度对社区公共文化服务进行了绩效评估。马雪松[4]、杨林[5]认为供求匹配是把握公共文化服务有效供给的基本表征之一。这些研究主要关注公共文化服务的供给是否能满足需求以及供需导致的服务有效性问题,但对供需关系以及这一关系的多重性缺乏系统的研究,而供需关系恰恰是公共文化服务体系的核心问题。

此外,国内目前将新公共治理理论具体运用于我国公共文化服务研究的还很少,大部分还仅停留在理论阐释阶段。个别关于公共服务与新公共治理相关的研究主要有:包国宪等[6]将新公共治理理论引入中国公共服务绩效评估;韦彬等[7]分析了新公共治理视域下的第三部门就业服务问题。总体来看,我国学术界有关新公共治理理论的研究成果主要集中在理论引入层面,结合理论对公共文化服务进行指导以及典型实践成果的研究还很薄弱,更缺乏对公共文化服务供需关系的理论观照。

以公共服务为研究重点的新公共治理理论强调:公共服务的过程,就是服务组织与使用者在服务提供的节点上互动的过程,这一过程强调服务使用者的经验与知识,是作为有效的公共服务设计和提供的重要资源。它的重点在于组织间的关系以及过程的治理[8]。新公共治理所强调的“关系”,指的就是供需之间实际存在的多重关系。主要包括供需过程中的主体关系、价值关系和对接关系。

2 主体关系建构:供需主体同构

供需主体关系在公共文化服务的多重关系中属于基本关系,对供需关系的作用是直接而显性的,其合理与否直接决定了其他关系的优劣。

2.1 供需主体关系中的“缺位”现象

公共文化服务离不开提供者和需求者,这看起来不是一个问题。然而在实践中,公共文化服务的需求者“不在场”或“不在位”的情况却时有发生,导致公共文化服务在供需上呈现出不均衡状况。

以我国五大文化惠民工程之一的农家书屋工程为例。2012 年 8 月,我国以比初期建设计划提前 3 年的速度实现了村村有书屋的建设目标,标准农家书屋总量达到 600 449 个。截至 2015 年 4 月,中央财政对农家书屋的投入累计已超过 200 亿元。覆盖各地的农家书屋由于所处内外环境的不同而呈现出不同的发展状况,既不乏诸如攸县“五黄蛋”之类的先进案例,也出现了很多农家书屋遇冷的情况。但从全国层面而言,后者更为普遍。“已有不少研究和观察都显示,农家书屋建成后,出现了“利用率过低”现象,相当部分农家书屋“门前冷落”,甚至沦为“农家书库”。这意味着,农家书屋工程的进一步建设,不能简单地追求覆盖率与硬件设施水平,而需要更加注重农家书屋服务与农村居民需求之间的适合性”[9]。类似情况在其他文化服务活动上也有不同程度的体现。如一些地方举办的文化下乡活动,旧戏多新戏少,节目乏善可陈,缺乏吸引力;还有一些农村参照城市生活方式,发展博物馆、小剧院,开办艺术展等文化服务,严重脱离农村生活实际;一些名目繁多的文化节、文化长廊等,更加远离了群众真实的文化诉求,成了盲目兴建的文化形象工程。

上述现象反映了公共文化服务在供需上的不均衡,但不均衡的背后则是公共文化服务供需主体的“缺位”。主要表现为:①需求者“不在场”,如一些农家书屋有屋有书无读者,图书服务缺少对象,公共文化服务要满足公众文化需求的目的也就无从实现;②需求者“不在位”,即一些公众放弃或部分放弃了自己本应获得的文化服务权利,也就更谈不上对公共文化服务的参与;③提供者的“不尽职”,即一些基层政府没有认真履行公共文化服务提供者应尽的责任和义务,在管理方式和制度设计上限制了文化服务的功能发挥。

“缺位”现象反映了公共文化服务供需主体之间所存在的非对称性关系。这主要是由于一些基层政府在文化服务中的强势地位所引起的,一方面,政府“主观认为供给的公共文化服务就是公众所需求的”[10];另一方面,文化服务供给中政府一家独大,缺乏市场性竞争主体,导致公众所接受的公共文化服务形式单一,质量不高。

2.2 服务供需主体关系的理论阐释

要消除公共文化服务中供需主体缺位的现象,需要对供需主体双方的不对等关系进行重构。对此,新公共治理理论的“共同生产”观为我们提供了一种新的分析视角。

关于共同生产又称为合作生产、联合生产或参与主义,是政府和公民协同发挥作用的一种方式[11]。V. A. Pestoff 认为,“共同生产(co－production)是新公共治理中最核心的观点,指公共服务中更好的公民参与和第三部门供给”[12],且这种“公民生产”是建立在个人或团体自愿努力的基础上,旨在提高他们所接受的服务质量或数量[13]。治理是具有共同目标的公民或

组织开展和进行的活动,且这种活动的开展与他们是否有正式赋权无关。因而,共同生产构成了实现新公共治理的重要路径之一。

公共服务合作生产模式的精髓在于公私部门基于公民参与精神,共同整合国家、社会、企业和公民的资源及力量,以提供更优质的公共服务[14]。合作生产模式下,政府的角色不仅是对需求的回应,更重要的是将公民发展为合作生产者,公民的角色也由简单的需求表达者和服务消费者及评价者转变为服务的创造者[15]。因此,从根本上讲,共同生产不是服务的"附加",而是公共服务提供中不可分割的一个环节,也是其核心内容。同时,它还是公共服务能够获得绩效并有所创新的源泉[16]。它最可贵之处在于认为公民(服务使用者)应亲自参与他们所需服务的生产过程,共同对服务质量负责,这为人们表达声音以及民主的生长留下了足够的空间。

"共同生产"可以充分发挥需求主体在公共文化服务中的作用,使需求主体不仅在场、在位,而且积极、主动地参与到服务中。因而,政府一方面要将公民纳入公共文化服务合作生产者的阵营,另一方面公民也应改变"顾客"或"消费者"的姿态,积极参与公共文化服务的生产和提供,并切实为改善质量负责。这一理念为增进公共文化服务与公民需求之间的适合性提供了契机,并为重构供需主体的关系嵌入了理论依据。

2.3 供需主体关系的建构

借鉴新公共治理的"共同生产"观,可以建构公共文化服务供需主体的基本关系,即"供需主体同构"。这种同构主要指将文化服务需求主体转换为与供给主体同等地位的服务供给者,这一过程涉及参与主体、参与内容、参与方式 3 个层面(见图 1),且围绕这 3 个方面关系的建构和互动状态也形成了决定公共文化服务效果的作用力。

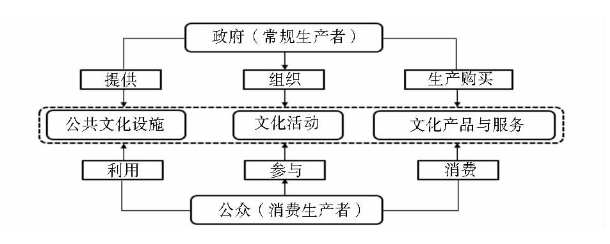


图 1 公共文化服务"供需主体同构"关系

在参与主体层面,供需主体同构关系需要供需双方主体都"在位"。其中政府尤其是基层政府,是公共服务的"常规生产者",公众是公共服务特殊的"消费生产者",双方要在角色分配上打破供给者 - 接受者的二元分工,赋予公众新的角色地位,形成共同生产的默契,才能产生、发展和完成有效公共文化服务的完整过程。

在参与内容层面上,供需主体的互动围绕公共文化设施、文化活动、文化产品和服务展开。政府要坚持公益性、引导性、支持性的原则,对公众的文化需求做出积极回应,并将文化服务需求方置于公共文化服务的核心地位;作为文化需求方的公众,拥有顾客、消费者以及生产者、提供者双重身份,在互动过程中与政府一起完成公共文化服务的供给,并通过参与拓展自身的角色定位,增加文化赋权。

在参与方式层面上,供需主体双方根据不同的文化服务内容采用不同的参与方式。针对公共文化设施、文化活动、文化产品和服务,政府主要采用提供、组织、购买的方式,公众主要采用利用、参与、消费的方式。

"供需主体同构"除了重新定义了供需主体双方的角色之外,也揭示出一种潜在的结构张力,这种结构张力源于供需双方都有的主动权。当双方形成有序的互动时就能形成合力,公共文化服务的目的就比较容易实现;当双方出现缺位、或者没有回应与反馈的情况下,其潜在的结构张力就会变为公共文化服务的阻力。因此,公共文化服务的需求导向更多地是一种价值导向,顺应这一导向,供需双方合作提供基本公共文化服务,才能形成公共文化服务的长效供给保障机制。

3 价值关系的建构:供需价值同创

在公共文化服务供需关系中,还有一种关系是起支配作用但非显性的,即供需主体的价值关系,它属于隐性的内在关系。这种关系可以揭示公共文化服务供需主体关系的形成动因。

3.1 服务供需主体的价值偏差问题

在公共文化服务实践中,供给主体与社会公众在公共文化服务价值观上有时会表现出一定的价值偏好,这也是很正常的现象,但这种偏好差距过大会直接或间接地影响公共文化服务的效能。

一方面,政府是公共文化服务的常规供给者,而基层政府是公共文化服务的直接推动者。在中国行政压力型体制下,基层政府和行政官员在公共文化服务过程中面临考核量化压力,因而容易集体无意识地偏重于基本服务设施等量化指标的完成,甚至将公共文化服务演变为角逐政绩和垒筑形象工程的工具。这种技术性的治理路径与国家发展公共文化服务的价值取向

背离。另一方面，虽然当前公共文化服务领域倡导发挥市场资源配置方面的主体地位。但由于市场主体是以效率和经济利益为根本导向，因而，其参与公共文化服务供给会表现出重利益、轻公益，重效率、轻效益的价值取向。此外，当下社会组织也开始在我国公共文化服务中供给中扮演一定角色，但由于社会组织发展基础薄弱，从形成到发展都依靠政府的扶持，因而很难以一个完全独立的、非营利、非政府的形象来提供公共文化服务。且其为了自身的生存与发展，对公共文化服务的考虑退居其次，甚至还有少数民间组织在从事营利性活动，乱收费，社会公信力不足[17]。

如在农家书屋建设中，供给主体与社会公众在公共文化服务价值观上的价值偏差过大，造成了农家书屋不同程度存在着重数量、轻质量，重硬件、轻软件，重指标、轻效果，重建设、轻管理，重短期效应、轻长期保障等问题。正如有学者所指出的"从形式化的量化指标看，地方政府都较好地完成了农家书屋工程建设任务，各项考核指标都基本能达标，但从农家书屋对农村和农民的实质影响或实质效果来看，则是另外一种景象"[18]。

3.2 供需价值关系的相关理论

在公共文化服务供需的价值关系中，新公共治理理论的服务主导逻辑为新的价值关系重构提供了思路。作为"新公共治理"理念的核心，"服务主导"的理论和方法将公共政策的执行以及公共服务的提供置于中心，从服务方而不是生产方（传统公共管理理论的出发点）的角度重新诠释了以多组织和多元主义为特点的西方国家公共服务的过程[19]。

服务主导逻辑建立在对"产品主导的逻辑"（product-dominant logic）进行批判的基础上。在"产品主导的逻辑"的支配下，政府将公共服务仅仅理解为一种产品或者商品，在组织上，强调以绩效为导向的效率，而不是满足社会和经济需要的外部效益[1]。这注定无法形成一个可持续的公共服务供给机制。而且政府必将为这种行为模式付出高昂的交易成本。而服务主导逻辑则首先强调公共服务的本质是"服务"而非制造品。政府的事总的来说不是提供以前生产好的产品，也不是公共服务的使用者与公共服务组织之间以交易为特点的关系。相反，"公共产品"的大多数（不管是政府提供的，还是第三部门提供或私人部门提供的）事实上不是公共产品，而是公共服务[19]。此外，这一理论结合了传统服务理论中关于服务具有无形的、生产和消费同时发生以及共同生产（用户既是生产者又是消费者）的3个特征。服务主导的逻辑与产品主导的逻辑的主要区别如表1所示：

表1　产品主导逻辑与服务主导逻辑对比

基本要素 \ 主导逻辑	产品主导逻辑	服务主导逻辑
理论来源	传统公共管理理论	新公共治理理论
服务方向	自上而下	上、下结合
核心概念	提供产品	提供服务
价值追求	技术理性（内部效率）	价值理性（公共性和外部效益）
基本特征	有形，生产和消费分开，主体分开	无形，生产和消费同步性，共同生产
重点	生产经验，产品输出，成本与效率	用户体验，互动，知识与技能
使用者性质	购买者、消费者	共同生产者

从表1可以看到，在两种逻辑的诸要素中起支配作用的是价值追求。产品主导逻辑受技术理性的支配，更看重公共组织内部效率。服务主导逻辑则受价值理性的支配，更看重公共组织外部的公共性和社会效益。两种不同的价值追求使一个以提供产品为主要任务，形成产品主导逻辑，另一个以提供服务为根本宗旨，形成服务主导逻辑；一个以提供产品来衡量公共文化服务效能，另一个以服务所产生的社会福利效应为最终行为旨归。

3.3 供需价值关系的建构

公共文化服务的"供需主体同构"，需要供需双方具有共同的或相似的服务价值观。由于不同主体的价值偏好客观存在，就需要建构一定的价值关系，所谓价值关系，就是价值主体与价值客体的关系[20]。随着新公共治理的影响，服务主导逻辑赋予了政府和社会公众价值同创的契机。二者应该从各自的价值互动中，重构新的价值关系，实现"供需价值同创"。

（1）政府要明确公共文化服务中价值关系的主体。价值作为关系范畴，是价值主体与价值客体的特定联系[20]。那么，在公共文化服务的价值关系中，政府和社会公众谁是主体，谁是客体？根据服务主导逻辑，社会公众是公共服务价值关系的主体。为此，政府在公共文化服务供给中要切实以公众服务需求为中心，提升自身"理解公民和使用者的当前和未来需要和期望的能力"，重视和关注服务使用者即公民的公共文化服务参与和满意度。在这一过程中，政府由原先服务主导者向合作者、协助者、支持者的角色转变，通过创造条件让社会公众贡献文化价值，进而实现自身文化治理的目标。

（2）公众要发挥供需价值关系的主体作用。社会

公众是公共文化服务的使用者,也是价值的生产者和创造者。但在公共文化服务中,大多数公众特别是农村居民,由于知识水平、价值观念等各方面因素的差异,其行为逻辑一般都是选择性消费或者选择性放弃,对自身文化需求的满足和文化权利的维护敏感度不足,既无助于自身文化利益的实现,也影响公共文化服务价值的合成。因而,社会公众自身要逐渐形成文化权利自醒意识,充分利用政府在文化供给中提供的平台和接口,以生产合作者的身份参与到公共文化服务的生产过程中,获得自己的文化权利,也实现文化价值共创。

(3)供需价值关系要在服务过程中建立。诺曼[21]认为当服务使用者和服务组织特定的工作人员发生互动的时候,可以称得上是一种“真理时刻”。这种真理时刻即指通过相互协调、相互影响的对话和互动共同实现服务供需价值的同创。在这种互动中,一方面供给主体得以进入社会公众对服务价值的创造阶段,并主动给予公众创造价值的机会;另一方面,由于服务价值是使用者消费的时候所创造的,而供给主体在社会公众使用服务的过程中影响了这种使用和价值创造过程,因而,供给主体自身也参与到了公众价值创造的过程。可以说正是在这种互动之下公众与政府不仅实现了价值同创,也实现了价值同享。

4 对接关系的建构:供需服务同治

公共文化服务供需的三重关系最终要落实在供需对接关系上。供需主体“同构”的目的,供需价值“同创”的实现,最后都要在公共文化服务供需对接关系上得以体现。

4.1 公共文化服务供需对接的实践探索

供需对接是当前建设现代公共文化服务体系的重要内容。为实现公共文化服务要满足群众文化需要的基本目标,2015年5月,文化部等部委共同发布的《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》中提出,要建立“自下而上、以需定供”的互动式、菜单式服务方式,推动公共文化服务供给与人民群众文化需求有效对接。由此,供需对接也成为现代公共文化服务体系建设的核心内容。福建、上海、甘肃、青岛等省、市政府也制定了关于加强公共文化服务供需对接的实施意见,对供需对接工作做出了具体安排,起到了指导并规范各地公共文化服务活动的作用。

各地还进行了关于公共文化服务供需对接的积极探索,比较典型的有以下4个案例:①青岛城阳区“文化超市”服务模式。从2010年起,该区在每个社区设有专职文化管理员,由他们向居民分发调查表,汇总居民的偏好。政府掌握这些信息后,针对老中青3个年龄层,设计了戏剧、综艺表演、儿童剧等不同产品,并向专业团体采购文化产品。②浙江嘉兴“文化有约”服务项目。2013年嘉兴通过整合全市文化资源,建立“互联网+”的一站式服务平台,并将公共文化资源打包成项目供群众预约、监督、评价,提高了群众参与文化服务的参与度。③上海文化配送新模式。2014年上海市东方公共文化配送中心成立,承担了市级公共文化配送职责,并向全市200多家社区文化活动中心提供文艺演出、文艺指导、文化讲座、艺术教育活动等4类产品的配送,群众可先见面“尝菜”,再线上“下单”。④山东诸城图书“一卡通”服务模式。2009年起诸城通过图书馆集群化管理系统,与镇街图书室、农家书屋联网。作为总分馆制服务网络的农家书屋实现了图书的统一采购、统一编目、统一配送,全县235个农家书屋实行通借通还系统,方便了农村居民的阅读选择和图书借阅。

上述案例说明,各地的探索能够在一定程度上改变供需不均衡状况,不同地方已形成了各自特色,并取得了一定成效,但这些还只是“点”上的探索,具有区域性和不稳定的特点,我国公共文化服务供需有效对接还缺乏“面”上的普遍推行,更缺乏具有稳定性、典型性以及推广性的成熟范例。类似于农家书屋普遍存在的“图书供需错位”现象还比比皆是,值得引起各方面高度重视。

4.2 供需对接关系的理论启示

所谓公共文化服务供需对接关系,即供需双方在公共文化服务过程中所产生的,与服务供给和服务需求密切联系的关系。这种过程中的关系,正是新公共治理理论所强调的治理实质,因为“新公共治理理论关注的重点在很大程度上集中在不同组织间的关系上,也集中在过程的治理上”[22]。尽管新公共治理理论并没有专门论述服务供需对接及其关系,但其过程治理与关系治理对我国公共文化服务供需对接关系的重构有一定启发性:

(1)供需对接关系是供需主体间的关系,表现为服务者和使用者的关系。公共文化服务的目的是要让需求者得到服务实惠,进而保障文化权利,公共文化服务效能如何,最终也是要需求者做出评价的。

(2)供需对接关系还是多元组织间的关系,其中社会组织是政府向社会力量购买公共文化服务的承接

主体，它是公共文化服务社会化、市场化的体现，也是满足公众多方面文化需求的组织保障。

（3）供需对接关系是体现供需互动的关系，这一互动包括了供需对接的平台、内容、方式、机制等，这表明供需对接关系不仅仅是内容的对接，其他要素如对接平台等也不可缺少。

4.3 供需对接关系的建构

根据新公共治理理论，结合我国公共文化服务供需对接的治理实践，可以建构公共文化服务的供需对接关系如图2所示：

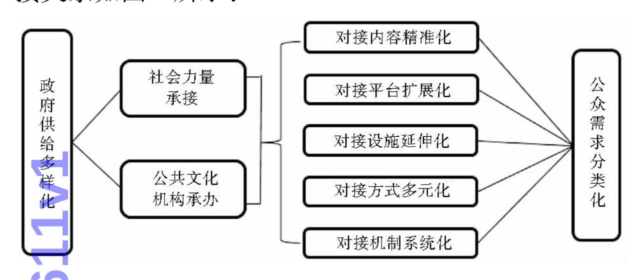


图2 公共文化服务的“供需对接同治”

公共文化服务供需对接关系由两类要素构成：一类是主体要素，另一类是过程要素。

主体要素中有政府、市场、社会组织和社会公众，其关系体现了“供需同治”的互动关系：①政府供给多样化。在供需对接关系中，政府是供给主体，也是责任主体。供需对接要让社会公众对服务内容有所选择，政府在供给内容、供给方法上就必须多样化，并通过交给市场或向社会组织购买公共服务为公众提供丰富多彩的文化产品和文化服务。②公共文化机构、市场主体和社会组织的承接。公共文化机构，如公共图书馆、博物馆、文化馆等，目前仍是承办公共文化服务的重要平台，其地位和作用不容忽视；市场主体参与公共文化服务的供给既可以弥补政府失灵，也有助于提升公共文化服务的供需对接质量；社会组织包括专业文艺团体、文化机构（非营利文化机构）、行业协会、专业院校等，负责承接并实施政府公共文化服务项目。③公众需求分类化。公众需求具有复杂性，不同年龄、职业、社会背景的公民，对公共文化服务的需求和主观感受千差万别，公众需求分类化可以更好地调动供需对接过程中的公众参与度。

过程要素中涉及内容及方式等诸多要素，它们是“供需同治”的具体体现：①对接内容精准化。政府要在服务供给中准确了解和掌握群众文化需求，制定公共文化服务供给目录，为社会公众推送他们真正需要的文化服务。②对接平台扩展化。建设组织平台、数字平台、资源开发平台，扩展供需对接平台的类型和作用。③对接设施延伸化。不断更新文化服务设施并实现特色化、流动化，最大限度地发挥服务设施的多重功能。④对接方式多元化。搞好“菜单式”“点菜式”，开拓专家与群众，组织与群众相联系的新型对接方式。⑤对接机制系统化。建立健全群众文化需求信息的征集、应用、公开、评估机制。

5 结论

综上所述，运用新公共管理理论的“共同生产”论、服务主导论和过程、关系论，结合我国公共文化服务的现存问题和探索实践，对公共文化服务供需进行了主体关系、价值关系和对接关系的三重建构，可以得出以下几点结论：

（1）三重建构是现代公共文化服务体系的重要组成部分。现代公共文化服务体系主要由相关的政策法规、基础设施、供给主体、需求主体、活动方式、经费预算等基本要素构成，其中供给主体、需求主体是最核心的要素，因此，供需关系三重建构的探讨有利于现代公共文化服务体系的建设。

（2）三重建构之间存在着结构关系的递进。供需主体关系是一种基本关系，展示的是供需主体同构的基本结构；供需价值关系则是一种内在关系，体现了这一结构的形成动因；供需对接关系是一种运作关系，反映了基本结构的张力。当然，这主要还是一种理论的建构，其结构张力的实际效应还需要在公共文化服务实践中去进一步验证。

（3）三重建构的内在逻辑是服务主导逻辑。它决定了供需主体关系的服务与被服务、供需价值关系的公共性与社会效益、供需对接关系的以需定供。服务主导逻辑不仅是三重关系建构的理论逻辑，也是当前公共文化服务运作应遵循的实践逻辑。

（4）三重建构的基本主线是共同治理。包括供需主体关系的“同构”、供需价值关系的“同创”以及供需对接关系的“同治”。供需双方共同治理是我国公共文化服务当前的重点，也是未来的发展趋势。

当然，三重建构的研究还需增加动态研究。由于人民群众的文化服务需求会随着经济、社会的不断变化而变化，文化服务供需的发展也总是遵循不平衡到相对平衡，再到新的不平衡的基本规律，因此，对供需关系的动态平衡研究是很有必要的。由于本文的篇幅有限，这一问题将放在今后的研究中去探讨。

参考文献：

[1] OSBORNE S P. The new public governance? emerging perspectives on the theory and practice of public governance [M]. London: Routledge, 2009.
[2] 徐双敏,宋元武. 当前农村公共文化服务供需契合状况实证研究[J]. 学习与实践,2015(5):67－75.
[3] 翁列恩,王汇宇,鲁界兵. 社区公共文化服务供需匹配模型构建与实证研究[J]. 理论探讨,2018(2):150－156.
[4] 马雪松. 回应需求与有效供给:基本公共文化服务体系建设的制度分析[J]. 湖北社会科学,2013(10):35－38.
[5] 杨林. 结构性改革背景下政府如何有效供给公共文化服务? ——基于供需协调视角[J]. 中央财经大学学报,2017(8):121－128.
[6] 包国宪,赵晓军. 新公共治理理论及对中国公共服务绩效评估的影响[J]. 上海行政学院学报,2018(2):29－42.
[7] 韦彬,叶小燕. 新公共治理视域下的第三部门就业服务研究[J]. 四川行政学院学报,2017(5):16－20.
[8] STOKER G. Governance as theory: five propositions[J]. International social science journal, 1998, 50(155): 17－28.
[9] 王前. 农家书屋服务"可及性"评价研究[J]. 图书馆建设, 2015(4): 34－38.
[10] 沈亚平,陈建. 从建设到治理:公共文化服务体系优化的基本逻辑[J]. 湖北社会科学, 2017(4): 28－32,57.
[11] OSTROM E. Crossing the great divide: coproduction, synergy, and development[J]. Word development, 1996,24(6): 1073－1087.
[12] PESTOFF V A, BRANDSEN T, VERSCHUERE B. New public governance, the third sector and co-production[M]. New York: Routledge,2012.
[13] PARKS R B,BAKER P C, KISER L,et al. Consumers as co-producers of public services: some economic and institutional considerations [J]. Policy studies journal, 1981, 9(7): 1001－1011.
[14] 江明修. 公共行政社区主义的理论与策略: 整合国家与社会[J]. 政治大学学报, 32(10): 4－19.
[15] SHARP E B. Toward a new understanding of urban services and citizen participation: the coproduction concept [J]. American review of public administration, 1980,14(2): 105－118.
[16] 敬乂嘉,李丹瑶. 访爱丁堡大学史蒂芬·奥斯本(Stephen P Osborne)教授[J]. 复旦公共行政评论, 2014(1): 236－245.
[17] 郑苏晋. 政府购买公共服务:以公益性非营利组织为重要合作伙伴[J]. 中国行政管理, 2009(6): 65－69.
[18] 邓万春,王鹤. 表达与实践:技术治理下的一致与背离——农家书屋工程建设的逻辑[J]. 江汉学术, 2017, 36(4): 12－17.
[19] 竺乾威. 新公共治理:新的治理模式? [J]中国行政管理, 2016(7): 132－139.
[20] 卢艳芹,李静雅. 价值关系的主体与主体性[J]. 湖南社会科学, 2012(6): 25－27.
[21] 诺曼. 服务管理:服务企业的战略与领导[M]. 3 版. 范秀成,卢丽,译. 北京:中国人民大学出版社,2006.
[22] 顾建光. 国际公共管理主流范式界定及其构成要素比较[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2012,20(5): 61－68.

作者贡献说明：

淳于淼泠:设计文章思路、构架,修改定稿;
李春燕:查找资料,草拟初稿;
兰庆庆:查找文献,梳理完善文章。

The Triple Construction of Supply and Demand Relationship of Public Cultural Service Based on the Perspective of New Public Governance

Chunyu Miaoling[1] Li Chunyan[2] Lan Qingqing[2]
[1] Yangtze Normal University Center of Local Governance, Chongqing 408100
[2] School of Politics and Public Administration, Southwest University of Political Science & Law, Chongqing 401120

Abstract: [**Purpose/significance**] Public cultural services have multiple relationships in supply and demand. Simplifying and optimizing these relationships can improve the effectiveness of supply and demand of public cultural services. [**Method/process**] Thus, this paper applies the new public governance theory combined with the practice of public cultural service construction in China for developing the supply and demand relationship of public cultural services in triple dimensions, including the re-construction of the relationship, the value relationship and the docking relationship between suppliers and demanders. [**Result/conclusion**] The main function of the three reconstruction structure of supply and demand, is to optimize public cultural services, and the structural relationship is hierarchical and progressive, the internal logic is service-oriented logic, and the basic main line is joint governance.

Keywords: public cultural service supply and demand relations triple construction new public governance